

家电买一套 生活真需要

--中国家庭成套家电用户洞察白皮书

AVC 奥维云网
ALL VIEW CLOUD

CHANGHONG 长虹

MELING 美菱



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

五大因素推动

“单一产品” 到 “套系产品”

因素1：行业赛道从品类的价值战转为家居的场景战

2019年-2020年中国家电市场各场景容量变化（亿元）



因素2：家电产品套系化成为企业不能踏空的新战场

客厅套系



厨房套系



卫浴套系

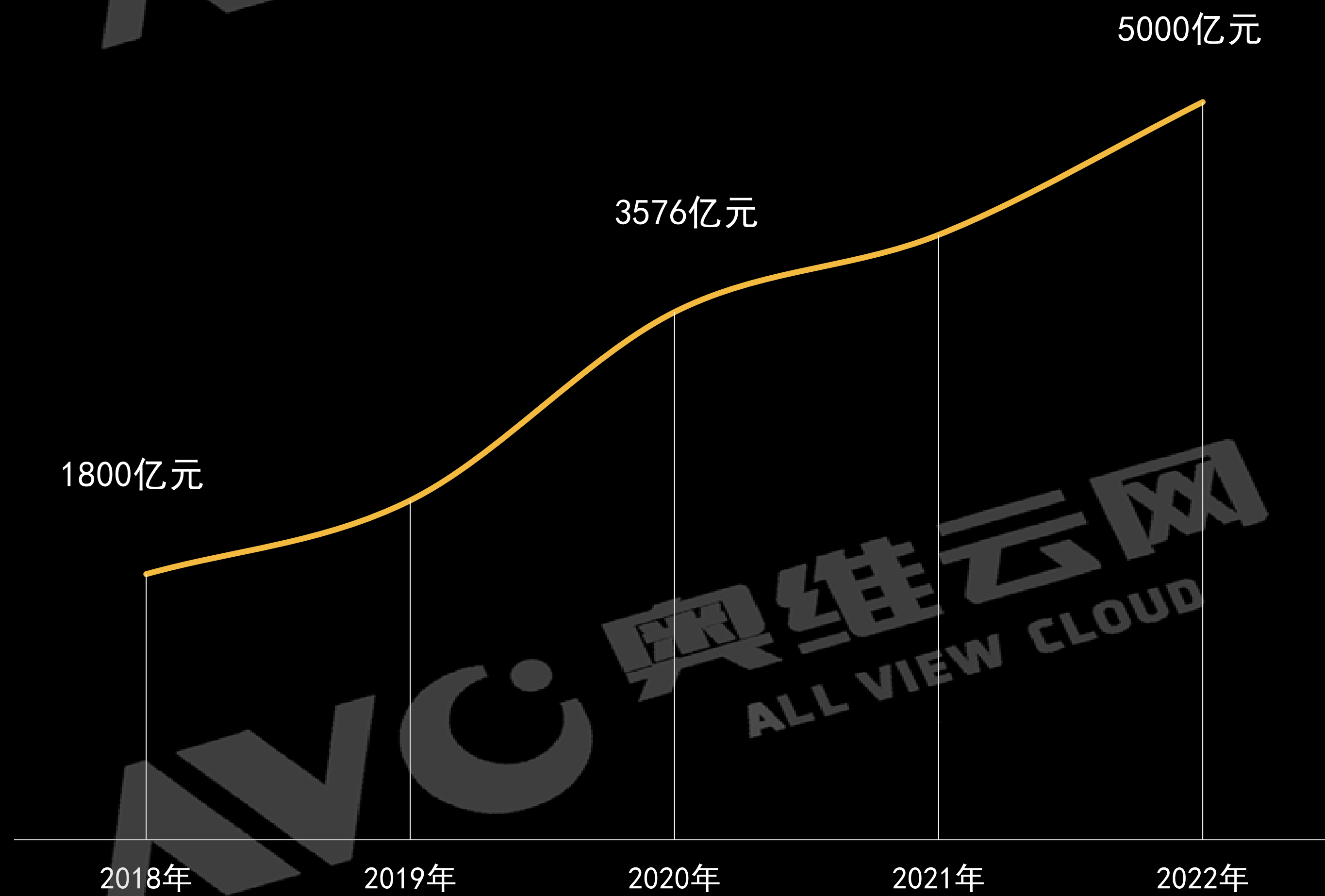


全屋套系

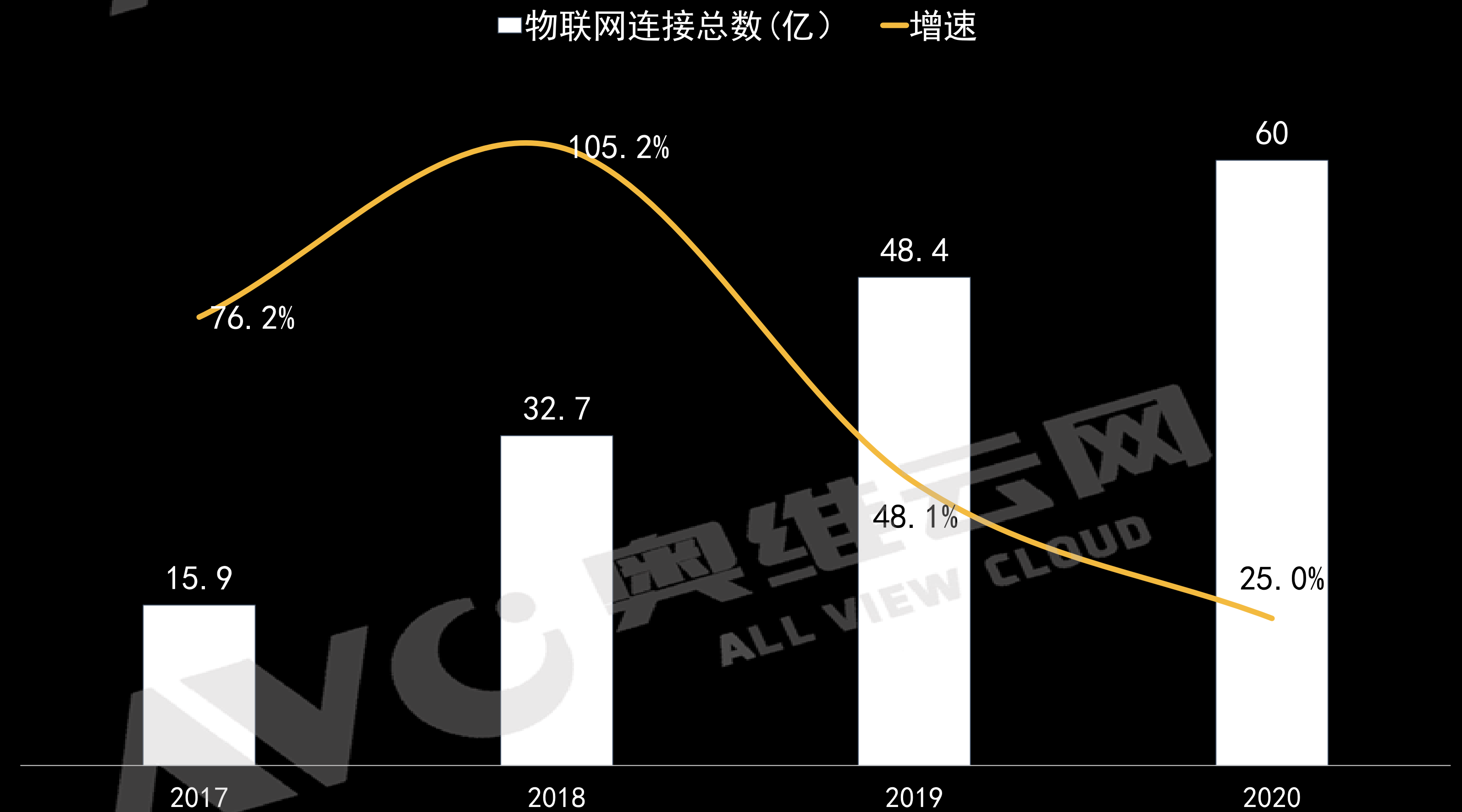


因素3：AIoT注入新动能，创造可持续泛家居红利

中国AIoT的产业市场规模

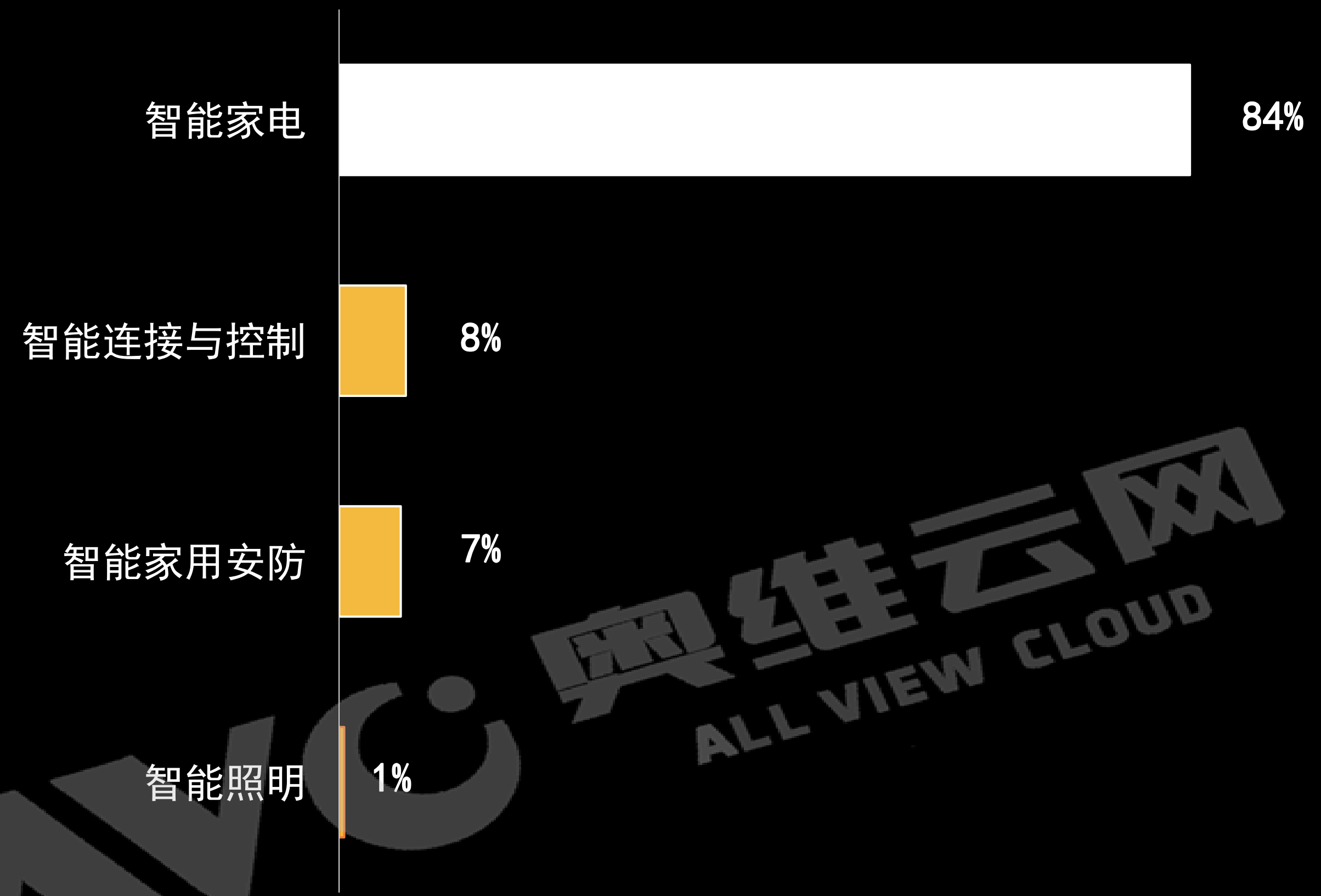


中国AIoT设备连接情况

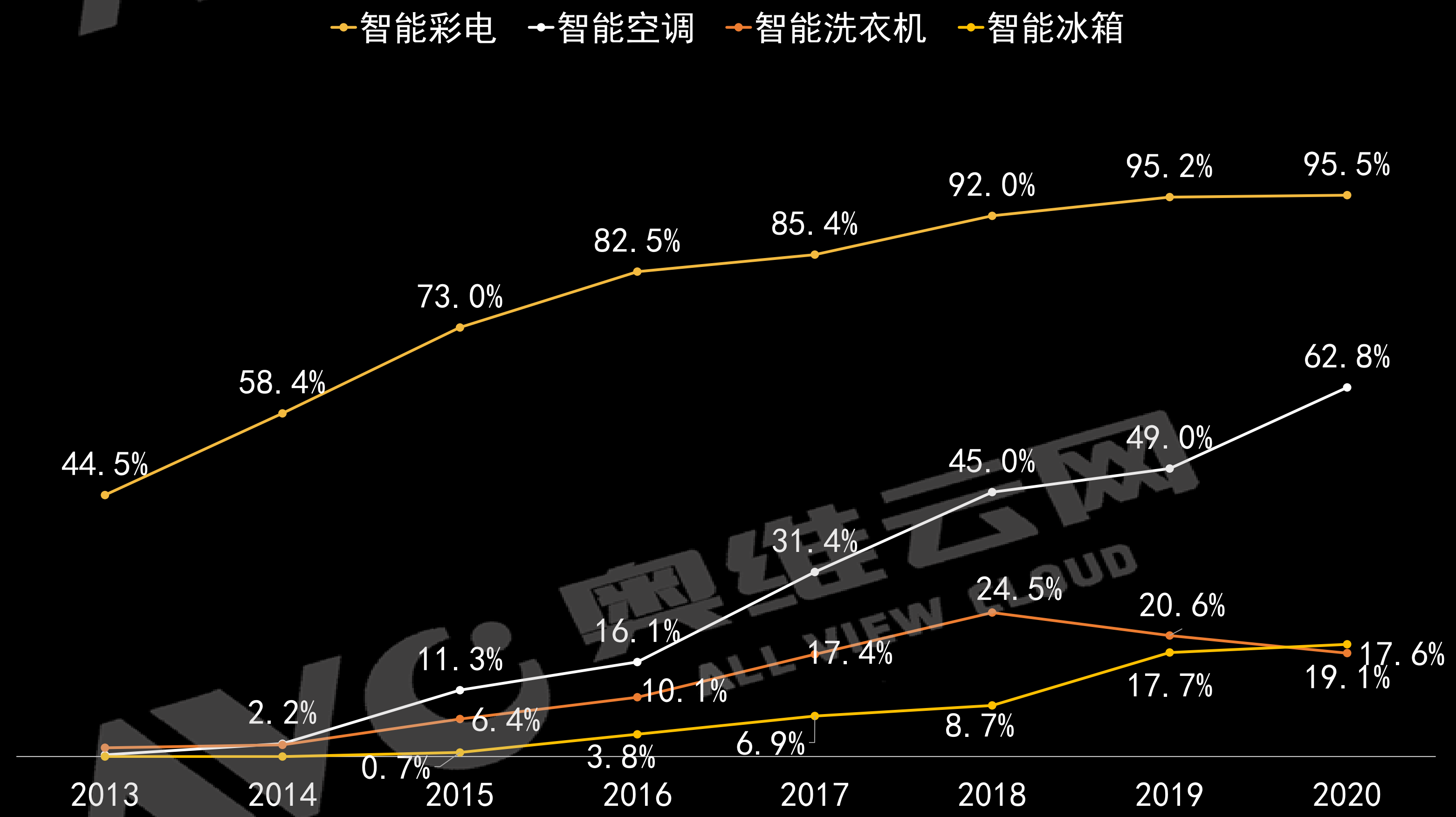


因素4：智能家电是AIoT生态系统的主要构成

2020年我国智能家居分类型市场规模



2013-2020年重点品类智能产品零售量渗透率



因素5：新零售渠道加速布局，套系产品体验升级

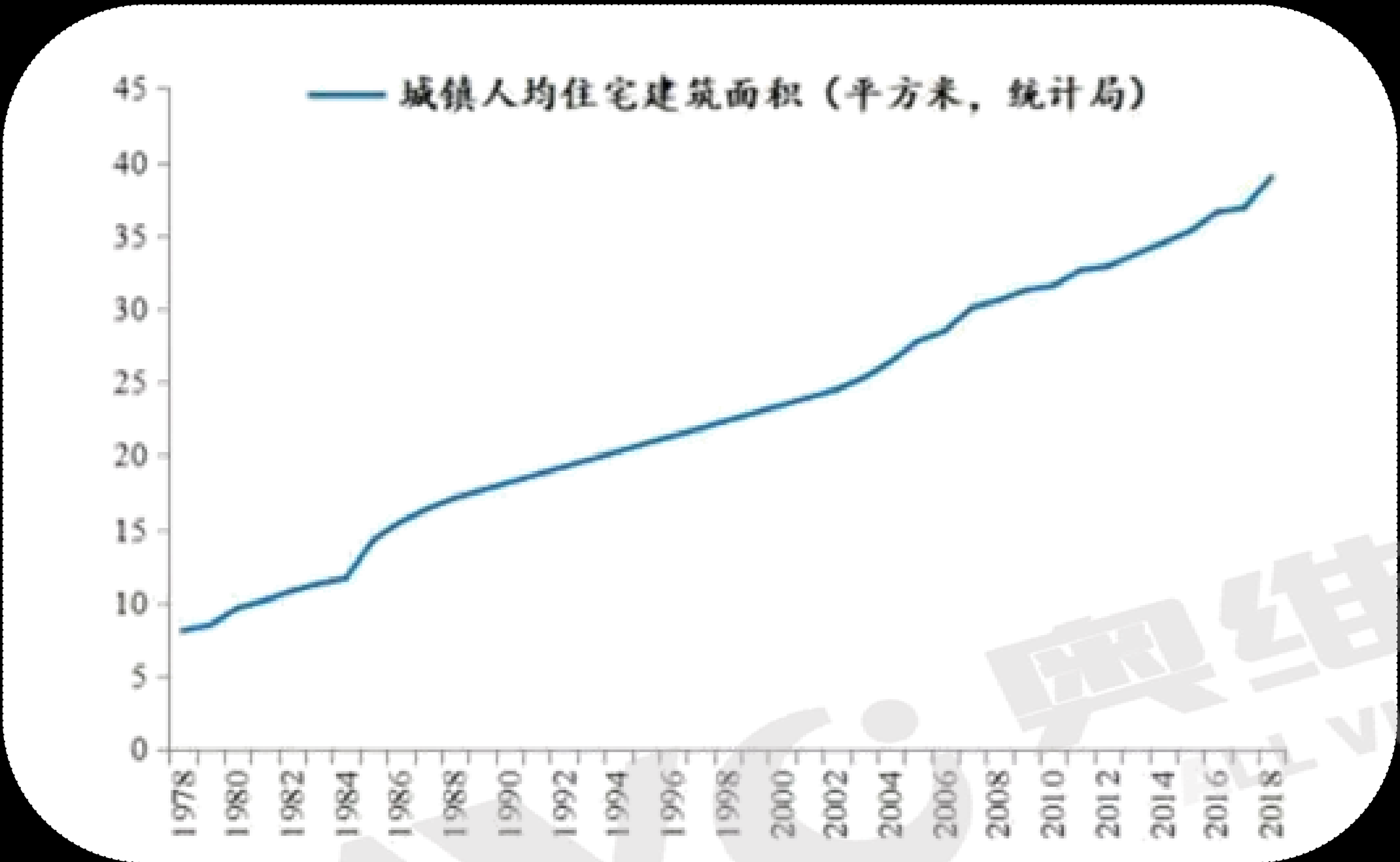


用户选择四大逻辑

添一件产品到换一套家电

逻辑1：改善型需求和城镇化双要素提升

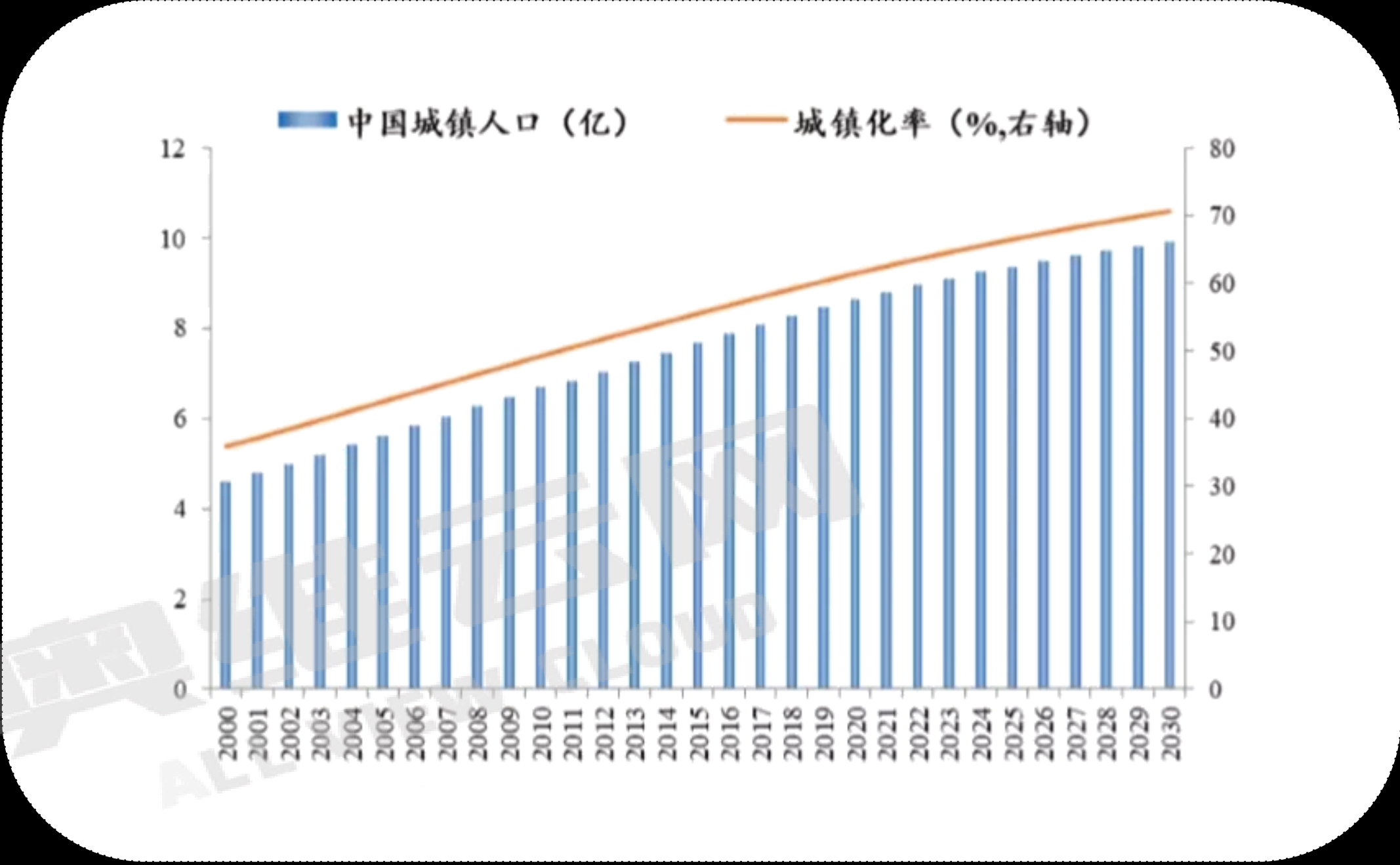
城镇人均住宅面积变化



分区城镇人均住宅面积变化

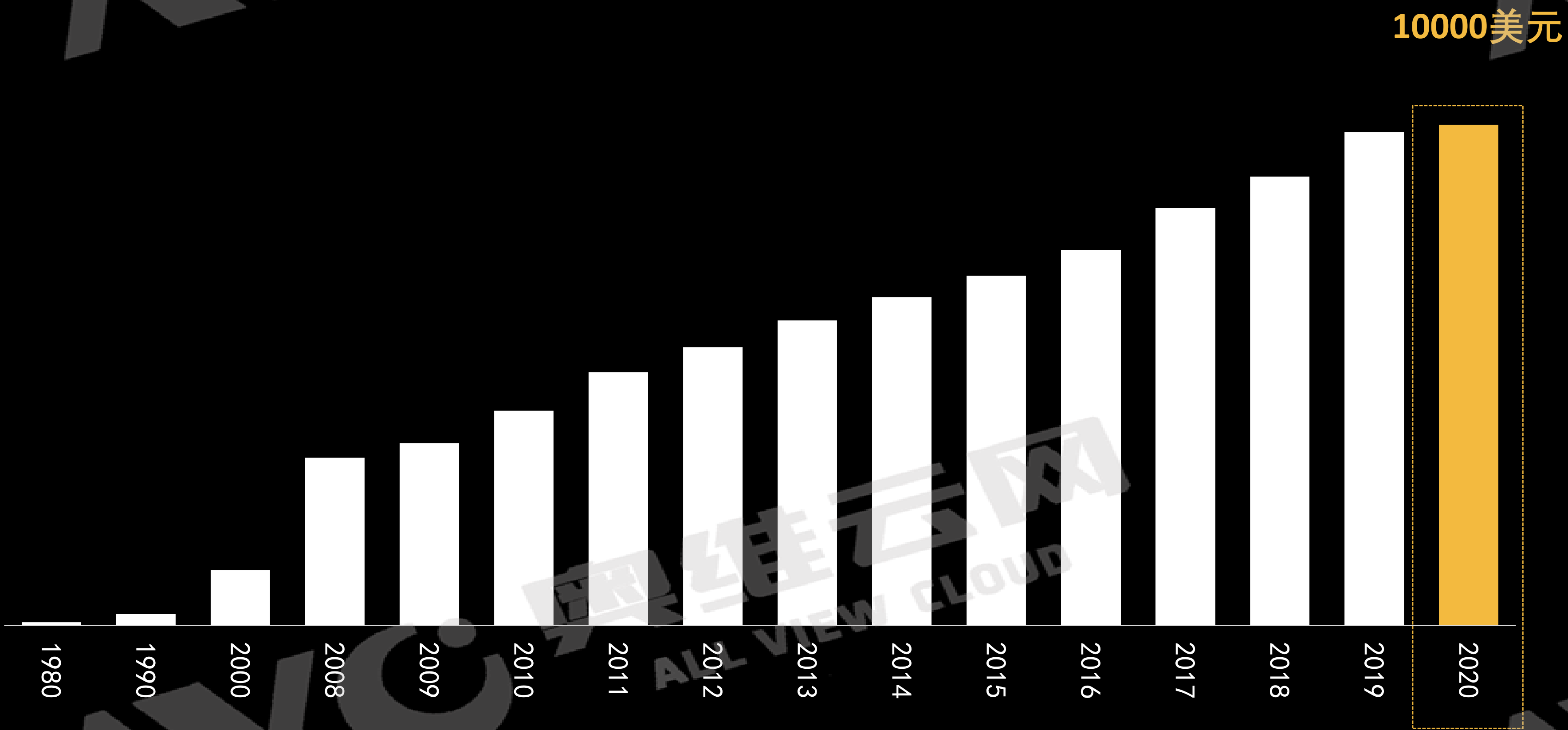


中国城镇化率发展趋势



逻辑2：中国蕴含巨大的消费潜力

中国历年人均GDP走势



我国属于城镇中等偏上及高收入群体（人均年收入高于8K美元）的约**3亿人**，相当于一个美国人口的体量，其购买力与发达经济国家的消费能力相当。

我国高净值人群（个人可投资资产在1千万RMB以上）的数量持续增长，预计约有**200万人**。

注：按照联合国衡量一个国家财富水平的标准，人均GDP达到8000美元意味着达到中上等发达国家的标准。

逻辑3：消费者智能家居概念认知广泛

消费者对智能家居概念及智能家居产品认知度调研

90%
智能家居概念认知度

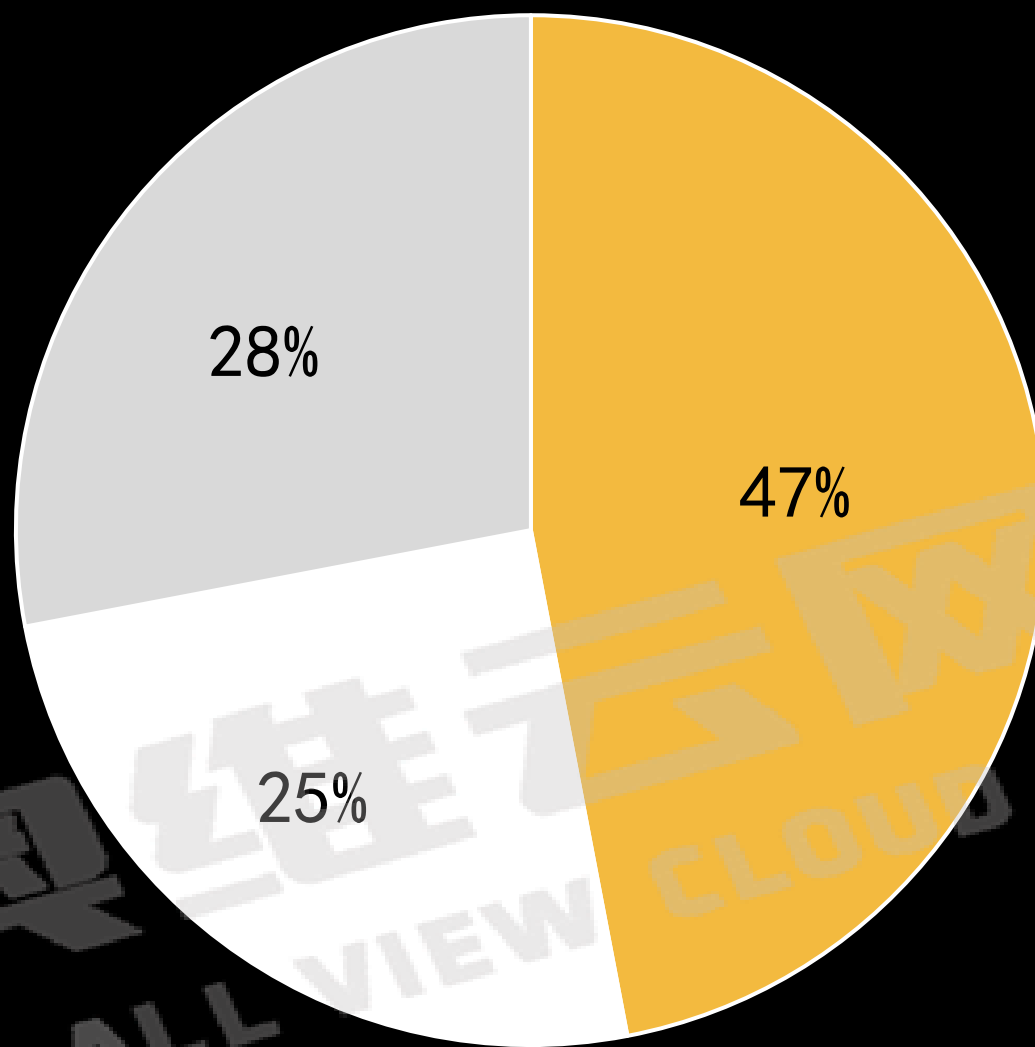


71%
智能家居产品了解度



消费者购买智能家居产品的偏好调研结果

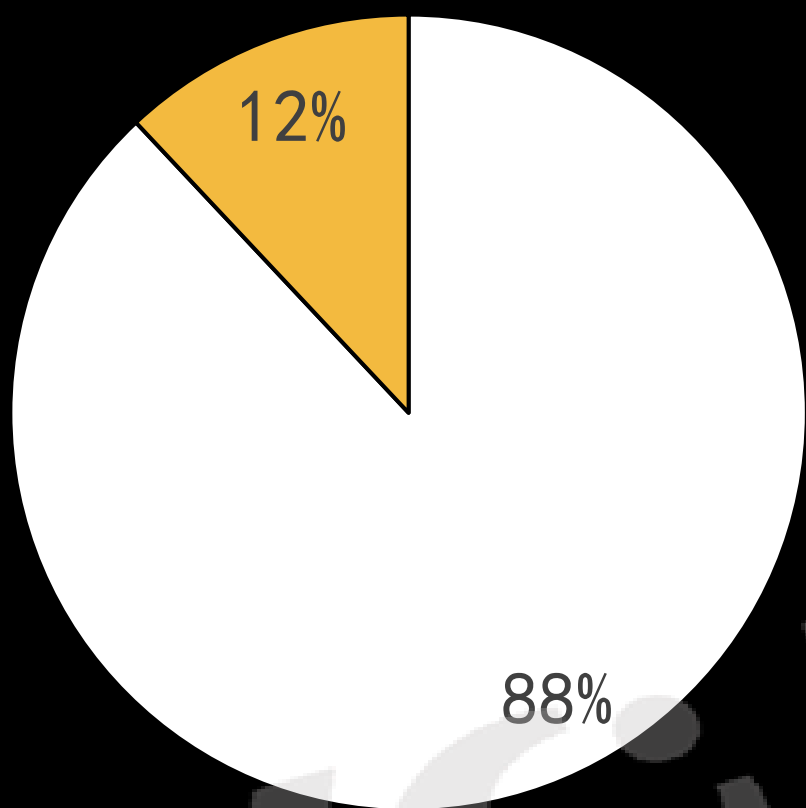
■ 集中购买 ■ 分散购买 ■ 没有偏好



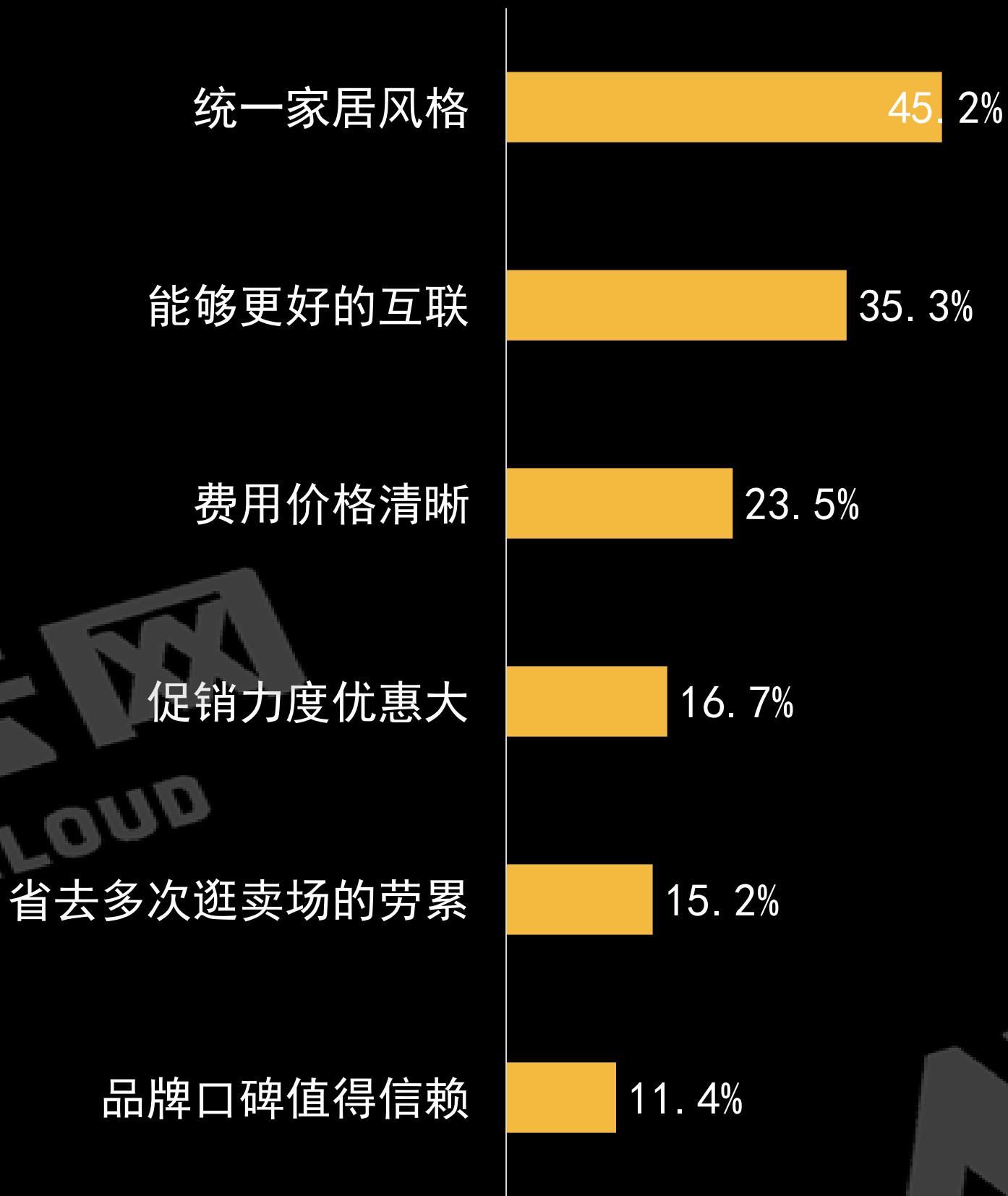
逻辑4：套系化家电购买意识正在形成

有装修或家电购买计划的人群
选择套系购买的比例

■ 单个家电 ■ 成套家电

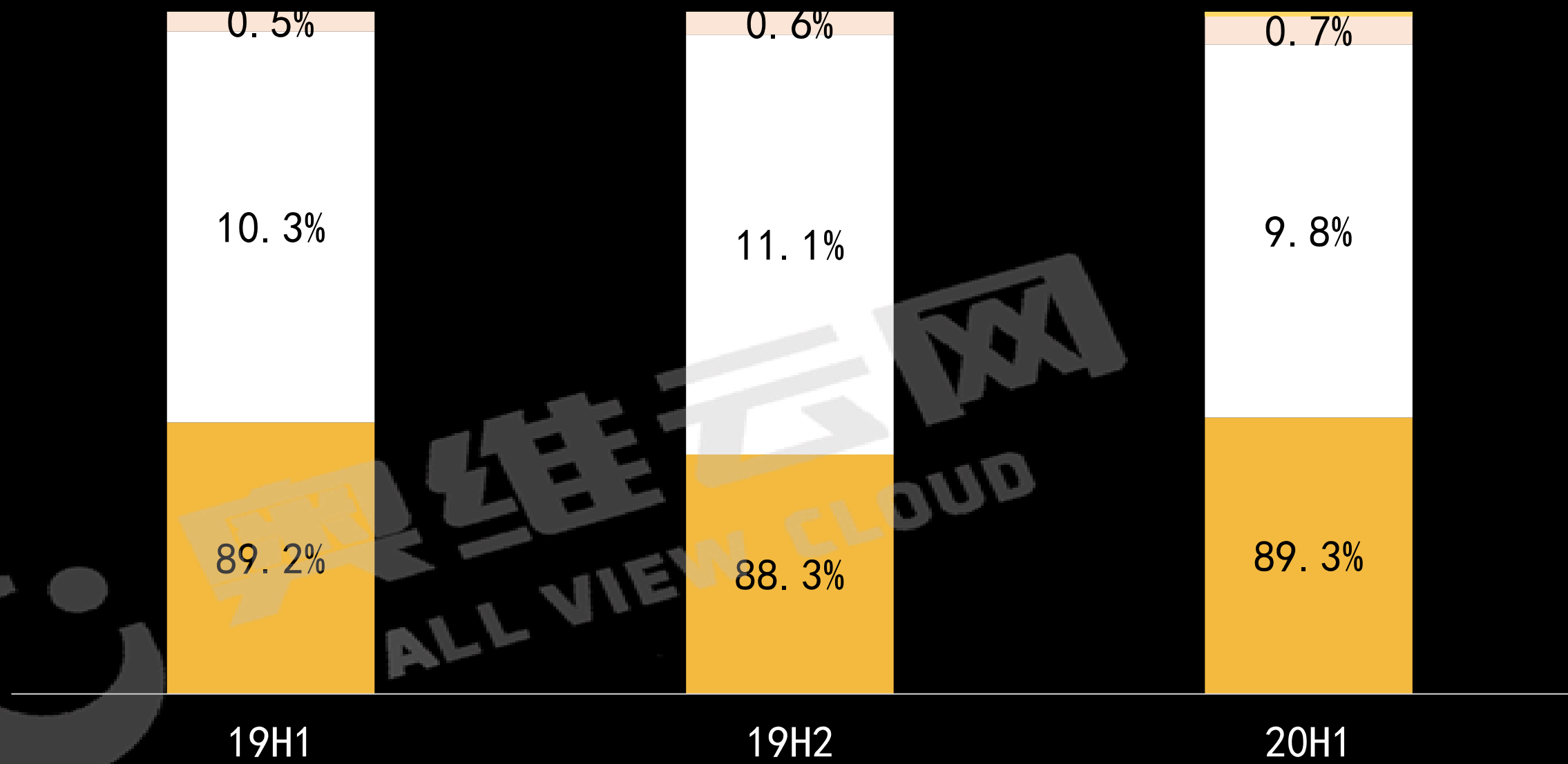


人群选择套系家电购买的原因



线上厨电套餐各件数类型占比

■ 两件套 ■ 三件套 ■ 四件套 ■ 五件套



产品套系化

“简单组合” 升级 “全链条套系”

未来家电产品将会从营销、工业设计、软件体验上进行全面套系化



产品端：全系产品布局覆盖生活全场景



技术端：5G+AIoT驱动套系生态化升级

5G，奠定物联网发展基础

开放生态

5G

AI，实现人与家电无限沟通

交互生态

AI

真实再现

实时实地

人性化

智能化

Display

8K，让显示即现实

入口生态

IoT

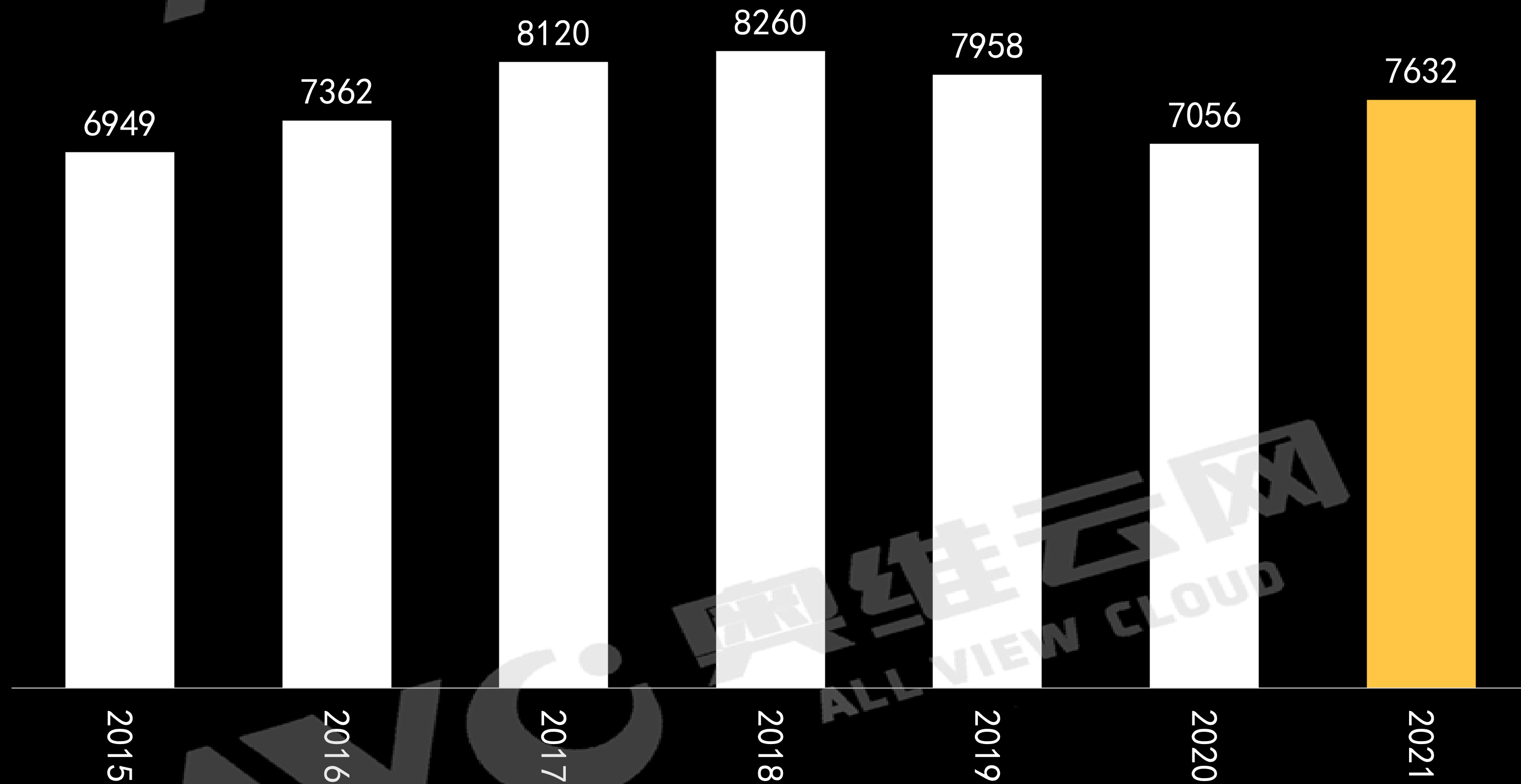
IoT，将成为家电必备功能

连接生态



中国套系化市场前景可观

2015-2021年中国家电市场规模变化（亿元）



数据来源：奥维云网（AVC）

套系家电市场份额预测

2021年中国套系产品市场规模有望突破**1000亿**

30%

2020年欧美发达国家
购买成套家电家庭

14%

2021年中国
成套家电比例预计

全国家电数据查询地址

